



网络传播文化 历史与未来

殷晓蓉 著

*Internet Communication Culture :
History and Future*

清华大学出版社

★ 教育部普通高等学校人文社会科学重点研究基地
★ 复旦大学信息与传播研究中心重大项目 复旦大学文科科研推进计划“新穗”项目

G206.2
23

网络传播文化 历史与未来

殷晓蓉 著

Internet Communication Culture :

History and Future

A267/H#13

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书以当代信息传播的发展为主线,在社会与媒介互动的背景下,探索网络文化的历史与未来。书中分析了网络传播与若干重大历史事件的关联,挖掘其思想渊源方面的脉络,多角度地探讨了新技术和新经济对社会、文化及心理的重大影响,展示了网络文化面向未来的深远意义。

本书适合传播专业师生、对网络传播和网络文化感兴趣的读者阅读。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

网络传播文化:历史与未来/殷晓蓉著. 北京:清华大学出版社,2005.1

ISBN 7-302-10004-7

I. 网… II. 殷… III. 计算机网络—文化—研究 IV. TP393-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 124309 号

•

出 版 者:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100081

社 总 机:010 62770175

客户服务:010 62776969

责任编辑:纪海虹 王巧珍

封面设计:艺铭 DESIGN

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:155×230 印张:16 字数:253 千字

版 次:2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-10004-7/G·545

印 数:1~3000

定 价:28.00 元

序

丁淦林

我年过七旬了,参与网络传播研究是“老夫聊发少年狂”,偶尔为之。我多年从事新闻史教学,深知一种新型的传媒的出现,会对大众传播和社会生活带来何等巨大的变化。报纸的产生离我们时代太久远,而电视在我国生长的过程,我却是亲眼所见的。在20世纪后半期,我国电视经历了从无到有、从小到大的进程,人们收看电视经历了从高级享受到大众消费的变迁。正是在电视的衍进途中,积累了许多经验,也提出了大量问题,既为传播学与新闻学研究命了题,也为之提供了极其丰富的资源,直接拉动了学术发展。在互联网作为又一种新型传媒出现在中华大地上并引起学术界关注的时候,我有一种再度躬逢其盛的感觉。也许是在这种感觉的驱使下,我毫无迟疑地加入了“中国网络传播研究”课题组,我闯入了我不懂行的领域。好在课题组的成员都是教授或博士,都是青年或中年骨干,都熟知互联网络,有些成员还是带着前期研究成果入伙的。我,老有所用,用在做组织联络工作。

“中国网络传播研究”是复旦大学信息与传播研究中心的重大研究课题之一,立项于世纪之交的2000年。那时,互联网络被冠以“第四媒介”的称号,初次登上大众传播的舞台,许多方面还显得模糊、朦胧,边界不清。学术界对它的评论,有溢美之言,也有过贬之辞。也出版了不少有关网络传播的书籍,大都是介绍基础知识与技术操作程序。我们课题组成员对它的了解虽然也有限,但渴望熟悉它。我们认为,不能在知道它、运用它上止步,而应该向理解它、掌握它前进。因此,需要作深入的理论与实践相结合的研究工作。基于这种初步的认识,我们框定的研究方向与内容是:网络传播本体研究(理论、历史、方法);网络传播与社会发展研究(受众、效果、公信力);多维视野中的网络传播研究(政治、经济、文化等);中外网络传播对比研究;网络传播实务研究;网络传播的经营管理、法制与自律研究。

显然,我们框定的研究方向与内容是相当宽泛的,就像一家大百货商店,什么品种商品都有。但随着研究工作的开展,课题逐步缩小,趋向专题化。每个题目像特色小店铺,需要精心经营。我们要求学术研究成果应该各扬所长,各具特色,但同时要兼有理论性、知识性、实用

性。其中又以理论性为重，它应贯穿在各个方面，即便介绍新闻实务，也要讲清道理。

网络传播毕竟是一个新生事物，它的触角向世界各地与各领域的大规模延伸，充其量只是 20 世纪 90 年代中期以后的事情。十年发展，成就多多，矛盾和问题也不少。它的种种理念需要明确，它与各方面的关系需要梳理，它的运作需要规范，我国的“积极发展，加强管理，趋利避害，为我所用，努力在全球信息网络化的发展中占据主动地位”的基本方针^①需要贯彻。所有这些，都应有理论解释，都应得到学术支持，也都为传播学与新闻学研究提供了大量的课题和必要的材料。目前，我们课题组已经实现了预期目标，完成了研究任务。但相对今后要做的工作而言，也只能算是作了某些前期准备。我们愿继续努力，为中国网络传播的发展做更多的工作。

在清华大学出版社的大力支持与纪海虹、王巧珍同志的辛勤劳作下，我们课题组的科研成果，将陆续面世。我们推出的第二本专著，是殷晓蓉教授的《网络传播文化：历史与未来》，这也是她承担复旦大学文科科研推进计划“金穗”项目的最终成果。我们衷心期待读者评点，热烈欢迎读者提出批评和建议。

① 《人民日报》2001 年 7 月 12 日第一版关于中共中央举办法制讲座的报道。

目 录

序	I
---------	---

绪论 传播的文化和意识形态要义	1
-----------------------	---

第一节 传播:人类文化基本要素之一	1
-------------------------	---

第二节 传播方式:从身体“语言”到“超文本”	5
------------------------------	---

第三节 传播媒介的意识形态特性	8
-----------------------	---

第四节 本书的视域	11
-----------------	----

第一章 孕育与超出	15
-----------------	----

第一节 多方位的震动	16
------------------	----

第二节 发生转换的机制	24
-------------------	----

第三节 意识形态方面的内在含义	31
-----------------------	----

第四节 冷战结束后的思考	38
--------------------	----

第二章 创新机构的创新成果	46
---------------------	----

第一节 在纯粹研究气氛的笼罩下	46
-----------------------	----

第二节 大学和智囊团的作用	51
---------------------	----

第三节 社会科学(家)的眼界	60
----------------------	----

第四节 独特的管理风格和运行方式	67
------------------------	----

第三章 反主流文化运动的推动	73
----------------------	----

第一节 动荡的时期和动荡的一代	73
-----------------------	----

第二节 激进的电子计算机迷	80
---------------------	----

第三节 早期因特网之外的电脑网络	86
------------------------	----

第四节 早期“黑客”文化现象分析	95
------------------------	----

第四章 网络传播与现代通信业的互动	104
-------------------------	-----

第一节 从香农的信息论到万维网	104
-----------------------	-----

第二节 未来主义者的普及作用和互动关系的真正开端	111
--------------------------------	-----

第三节 网络传播特别将现代通信业置于多变之中	116
------------------------------	-----

第四节	90年代通信业“阵痛”的网络文化内涵	123
第五节	信息高速公路和传统的“美国梦”	131
第五章	麦克卢汉与网络时代	137
第一节	“感知革命”思想的意义	137
第二节	解读电视和预测网络时代	144
第三节	网络时代的“媒介即是讯息”	151
第四节	过渡性的桥梁、机构和人物	158
第六章	网络传播背景下的教育和文化能力	166
第一节	早期远程教育的失败和意义	166
第二节	网络能力何以成为现代人的必要能力	171
第三节	网络传播与教育的一般关系	176
第四节	重新思考文化能力的概念	183
第五节	理论和实践层面上的问题	189
第七章	中西视角：文字、语言和网络传播	194
第一节	文字传播的重要意义	194
第二节	网络数字语言的特征	198
第三节	解读“后麦克卢汉主义者”的一个观点	205
第四节	制度和社会结构的分析	210
第八章	网络传播与“全球媒体新秩序”	216
第一节	早先的争论：“世界信息和传播新秩序”	216
第二节	当代“全球媒体新秩序”的特征	220
第三节	网络传播：“全球媒体新秩序”的不速之客	225
第四节	侧重于文化意义总结对中国传媒业的启示	232
第五节	意识形态概念的延伸与转型	238
主要参考文献		247
后记		250

传播的文化和意识形态要义

20 世纪的最后几年见证了网络传播这一新的传播系统的引入。网络传播使得信息的制作、储存、加工、传递和接受发生了巨大的变化,也使得生产者、管理者、推广者、销售者、使用者、消费者之间的界限不再泾渭分明。网络传播的发展提出了沿循理论历史和现实历史的发展轨迹,从文化和意识形态的维度对其进行研究的必要性和紧迫性,而这样的研究又必须建立在对一些基本问题的厘清和认识的基础上。

第一节 传播:人类文化基本要素之一

传播究竟是什么?换言之是追问这样一个问题:传播作为人类的文化方式与人性的现实实现,到底如何可能进行?这一问题仿佛是不言自明的,也似乎没有多大必要来为传播下一个“万无一失”的定义。

然而,什么才是传播的文化学意义,却正是首先必须加以讨论与探问的。从文化学角度研究、认识传播这一课题,是能够扣摸传播之脉动和灵魂的学术正途之一。

我们认为,文化作为“自然的人化”,人类时空存在及其运动是一个四维结构。或者说:人类文化是由彼此联系的四大因素所构成的,它们是:物质、精神、制度和传播。

就文化的物质因素而言,首先是人类所处,所赖以生存、生活与繁衍和发展的环境——无论是自然环境还是人文环境,都是物质的;人类自身作为地球生命之最高现实存在与方式,以及由人类所创造的一切器物(包括产品、商品、工具与生产手段等)和该器物得以创造的条件,也首先是物质的。物质性无疑是文化之首要的、根本的特性。

就文化的精神因素而言,人类自身与地球上一切生灵、一切器物的根本分野,就在于人类是惟一具有精神生命的动物。人是两个生命即

肉身生命、精神生命及其两者之动态联系的一个统一体。而哲人们所言人类乃“文化之动物”、“符号之动物”等名言,实质在于强调,人类作为文化之主体的无比优越的精神性及其精神意义。人脑作为地球生命之进化的最高成果,所谓“宇宙的精华,万物的灵长”,就在于人类精神的独一无二的超拔性,人类是“精神的动物”。大脑的生命机制、功能及思维活动本身,无疑是物质的,而大脑的思维成果以及所谓心理,包括意识、潜意识、下意识、无意识、感觉、知觉、知性、理性、非理性、理念、观念、思想、意志与情感、想象、幻想等,都体现了人的精神性。肉身与精神(灵魂)及其动态的现实之联系,构成了完整意义上的“人”。精神一开始就很“倒霉”,它注定要受到物质的纠缠与制约,然而,精神却是人之所以为人、人乃“精神之动物”的根本标志。人类所创造的一切,都具有精神性,仅仅是其精神性之程度不一而已。《易传》云,“形而上者谓之道,形而下者谓之器”,道(精神、灵魂)、器(肉身)之统一,构成人之完整而现实的文化生命。人创造彼此相联的两个世界,即一个是物质世界,一个是精神世界、意义世界。这两个世界都是“人的本质的对象化”。宗教之精神部分(上帝、佛、真主以及鬼神之类)、哲学与艺术审美等,构成了与人之物质世界相对立、相映照并超越于物质世界的精神性诉求,在这里,人将自己弄成了一个“精神性的东西”,天国、彼岸、出世间与地狱等等,都是人之精神“诗意地栖居”的文化方式。

就文化的制度因素而言,制度是人类文化的构成模式与组织范式。物质文化与精神文化,总是存在、运动于一定的制度之中的。不同时代、民族的不同生产方式(包括人类劳动生产与人自身的生产繁衍),总是体现为一定的文化制度。制度体现了生产力与生产方式的历史水平。如果说,物质文化在“物”、精神文化在“心”,那么,制度在“心”与“物”之际。不同社会制度、国家、政党、团体与分配方式等,都是文化意义上的制度的表达。制度的文明程度,是与文化的物质文明与精神文明的发展程度相联系的。物质文明与精神文明的建设固然重要,文化学意义上的制度及文明问题,也是文化自觉的重要组成部分。文化不是只有物质、精神两元,它还包括重要的制度这第三元。制度体现了人与人的关系,包括个人与个人,个人与群体,群体与群体,个人、群体与民族,国家以及国家与国家之间的种种必要的、无可回避的现实关系,也体现了人的要求、利益以及人性发展、生产发展的文化水准。在文化考察中,制度是不应也是不能忽视的。

就文化的传播因素而言,尽管地球上自有人类而言,传播就开始了,尽管传播与人俱来,尽管传播是如此重要——它是人之现实存在的运动方式之一,无传播即无所谓人类,亦无所谓人类文化,可是,人们对传播这种文化方式多少有些漠视,传播学的晚成和不够系统成熟,就是一个明证。

这也可见于文化人类学的发展历程中。自从1871年,英国文化人类学的奠基者 E. B. 泰勒(Tylor)首先使用“文化”(Culture)这一名词以来,关于文化的定义不知凡几。然而,综观种种文化定义和文化理念,则往往未将传播放入其视野之中。比如,泰勒说:“文化,或文明,就其广泛的民族学意义来说,是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^①这里所述,没有任何文化学意义上的传播的影子,说明作为经典文化人类学关于文化的理解,不是动态和全面的。这种文化定义,缺乏关于文化的时间意识。“泰勒曾就文化传播问题写过几篇颇为引人入胜的论文,但在当时那种时代气氛中,未能引起多大波澜。”^②之所以如此,相当程度上乃是因为泰勒所说的传播,是仅就人类文化之发展是否仅从一个文化源之扩散这一问题而言的,并未认识到传播本身就是构成人类文化整体之基本要素这一点。V. 巴尔诺在《人格:文化的积淀》中也曾指出,“一种文化,是一群人共有的生活方式,是全部多多少少定型化了的习得性行为模式组成的构型,这些习得性的行为模式凭借语言和模仿代代相传。”^③这一关于文化的基本见解,尽管已经承认了人类文化可以“凭借语言和模仿代代相传”的这一面,然而并没有指出这便是文化之传播的一种形态;而且 V. 巴尔诺仅将文化理解为“一群人共有的生活方式”,这显然是不够的;还有,把文化看作“全部多多少少定型化了的习得性行为模式组成的构型”,这似乎也否定了文化在传播过程中所必然实现的交流、改变与发展。V. 巴尔诺在这里触及到了文化传播的问题,因为他毕竟指出并承认文化有“代代相传”这一点,但其文化理论在总体上是忽视传播这一重要问题的。与此同时,在文化人类学历史上,文化进化论、文化模式论、新文化进化主义、结构主义人类学、认识论人类学、阐释学人类学、符号学人类学、功能主义人

① 泰勒:《原始文化》,1页,上海,上海文艺出版社,1992。

② 绫部恒雄:《文化人类学的十五种理论》,15页,北京,国际文化出版公司,1988。

③ V. 巴尔诺:《人格:文化的积淀》,6页,沈阳,辽宁人民出版社,1988。

类学与现象学人类学等，大凡都有不同程度地忽视传播作为文化之重要特性的缺失。

在西方的19世纪末到20世纪中期，文化传播这一主题曾经屡次被人类学家提起并进行过“近乎失去理智的激烈争论”。^①但是，这种争论的焦点，集中在“欧洲人在新大陆接触到的文化是独立产生的呢，还是由于来自旧大陆的影响而出现的？”^②这说明，此种关于文化传播的理解还不是整体性的。而且当时的传播学说，有将文化传播之研究仅仅看作文化史研究的组成部分的偏向，正因为如此，新“维也纳学派”与文化形态学派，曾不适当地放弃了那个关于“民族特色”、“民族共同体”的“文化圈”学说。

至于在中国，传播学还是一门非常年轻的学科，传播学的零散和不成熟是明显的事实，尤其在当代中国学人的文化观念中，一般还少有关于传播的意识与理解。别的暂且不论，看一下《辞海》对于“文化”的解读就可明了。其关于“文化”的条目是：“广义指人类在社会实践过程中所获得的物质、精神中的生产能力和创造的物质、精神财富的总和。狭义指精神生产能力和精神产品，包括一切社会意识形态：自然科学、技术科学、社会意识形态。有时又专指教育、科学、文学、艺术、卫生、体育等方面的知识与设施。作为一种历史现象，文化的发展有历史的继承性；在阶级社会中，又具有阶级性，同时也具有民族性、地域性。不同民族、不同地域的文化形成了人类文化的多样性。作为社会意识形态的文化，是一定社会的政治和经济的反映，同时又给一定社会的政治和经济以巨大影响。”^③这里关于文化思考的视野，显然没有将“传播”的文化属性、文化地位和文化功能容纳进去。

对文化而言，传播之所以如此重要，是因为任何文化形态及其文化属性，都是在一定的时空中存在与演替的。传播就是动态的文化样式，没有传播的文化是不可想象的。文化传播就是一种沟通人与人、人与群体、人与社会之共存关系的交往、交流，英语 communication 的意思，既是“交流”，又是“传播”。交流、交往，是人类信息、知识、价值与意义的传播。传播体现了人类文化之属性的流动性、发展性与时间性。文化之属性不是一成不变的，它是“历史向人生成”的成果，文化属性的多

① 绫部恒雄：《文化人类学的十五种理论》，22页，北京，国际文化出版公司，1988。

② 绫部恒雄：《文化人类学的十五种理论》，12页，北京，国际文化出版公司，1988。

③ 《辞海》，1858页，上海，上海辞书出版社，2000。

层次、多侧面,是在文化之传播中得以现实、历史地展开的。文化之演变,只有在传播中才能实现。

与文化属性相联系的文化形态、文化样式,一方面是文化属性的外在表达,文化形态与样式使文化属性“显出光辉”;另一方面,它的相对独立性及其存在价值,也必然会在传播之中改变、发展它自己。传播是人性的历史地趋于完善,人作为文化的最伟大、最重要的成果,其生成与发展绝对离不开传播。传播既体现了个体与社会、与团体交往的需要,传播是打破个人之封闭的手段,是个人对孤独的拒绝,又是人的合群性的体现。社会是由众多个体所组成的,这种组成方式,就是社会制度,制度组织了人的物质文化与精神文化的内容,而传播将人的社会性体现得淋漓尽致,社会性正如人的个体性一样,是人性的基本构成。传播还是文化、人性、人格共性与差异的生动表达。人类学家马文·哈里斯说:“许多人类学者都认为,要说明社会文化的差异与相似,最有力的解释是传播。”^①传播建立在人类各种文化形态、文化圈、民族文化、地域文化、时代文化等具有同质机制、同质结构或异质同构、可以互为对话的基础上,传播即是人类文化既相异又趋同的明证。

传播的文化属性之重大意义说明,关于传播,人类不是要不要、喜欢不喜欢的问题,而是“命里注定”的,无可逃遁的,在传播面前,人别无选择。

第二节 传播方式:从身体“语言” 到“超文本”

从信息学、符号学角度分析,人类的传播方式已经或正在经历如下四个阶段。

一、身体“语言”阶段。自从人类诞生于地球,以身体作为惟一的、最早最原始的传播方式就已经开始了。人体的动作及其身体行为、表情、眼神、人体原始装饰以及由肉身所发出的、不成“文”的声音等等,都是原始传播的方式。这种传播所负载的信息及其意义,是很有限也是稳定的。所谓“动物语言”,实际上是原始人类身体语言传播的“准传播”。这种传播,专注于原始人类生存之需,人文内容及其人文精神、意义少而弱。

^① 马文·哈里斯:《文化人类学》,12~13页,北京,东方出版社,1988。

二、“言语”阶段。原始人类的发自肉身器官的叫喊,经过漫长历史的锻炼、运用、打磨与发展,其发声与意义表达之间所建构的关系逐渐清晰与固定,便是人类各人种、各民族之“言语”的发生。“言语”是人类以“口头”方式对信息的表达。它在某一种族、氏族、民族与地域中,是普遍可理会、普遍可传达的,否则,这种“言语”就会被环境、历史所淘汰。“言语”的发生、发展和成熟,标志着人类基于人体自己发声器官,尤其是大脑的历史性成长,使得人类在运用身体“语言”进行传播之同时,又获得了一种新的、更加重要的传播手段。但是,这种传播手段又是很有局限的,首先是因为人的声音传播之距离十分有限,这种传播往往是当面的、短距离之内的;其次,这种传播又是当下的,声音作为“文本”,它不是保存在一定的时空之中而传之久远,声音是稍纵即逝的,但它可以在一定程度上,保留在传播主体与接受者的理论记忆与情绪记忆之中。

三、“文字”阶段。自从文字诞生以后,人类就跨入了文明阶段。文字是人类文明的重要标志。文化是与人类同时诞生的,而文字的诞生,是人类文明的黎明。文字积淀、处理人类的无限信息,且将各种信息一般地固定在文字的表达之中。因为文字是有文本的,所以它的传播可以超越有限时空,具有突破有限空间环境而传之永远的可能。文字作为一种传播方式,体现了人性与人格的巨大自由,文字解放了人类。当然,文字也可以在一定程度上束缚人性与人格直到整个社会文化的发展,所谓文字与语言是“思想之牢笼”,就是这个意思。文字既是人的本质的对象化,同时是人的本质的异化,文字既是人之精神的美丽家园,同时是人之精神的囚笼。然而,文字作为传播方式,其优越性远超于身体、言语这两个颇为原始的传播方式。文字使人类真正成为“文化人”,文字让人类真正摆脱其蒙昧阶段。文字又起到了整理口头“言语”的巨大作用,借助文字,使“言语”升华为语言学意义上的“语言”,“语言”是揭示了“言语”的本质、规律和功能的“言语”,使“言语”的语法、逻辑、修辞得以用文字这种文本方式表达出来。文字使人类逐渐摆脱身体、言语阶段之局限性而极大地刺激、发展了人脑的思维、思想等心理品格与功能。

四、电子技术“虚拟”传播阶段,亦可称为“网络”传播阶段。迄今为止,人类传播文化经历了多次革命。它们是:与人类诞生同时出现并发展的“身体”传播阶段;口头“言语”突破“身体”传播的阶段;“文字”传播突破口头“言语”的阶段;“网络”传播突破“文字”的阶段。现在,我们正

处在这一新阶段的早期。“网络”传播的出现并不是对以往传播的否定与唾弃,而是一个又一个的累积与增值。在网络时代,网络技术当然是这一时代传播方式的主角与主要标志,然而,无论身体、口头还是文字(语言)传播依然,并且永远具有活跃的生命,网络传播知识只是开启了关于传播的虚拟世界,而并不能代替、否定以往现实世界意义上的传播方式。

就网络传播而言,文字传播作为文本传播——纸质文本传播,已经占领了几乎所有的传播领域,网络作为电子文本,实际上是一种全新意义的“超文本”,它指的是一种以非线型为技术、人文特征的数据系统。“超文本”这一概念与理念,由美国学者 T. H. 尼尔森(Ted Holm Nelson, 1937—)提出。他自造了 hypertext(超文本)这个词(hyper,在古希腊语中有“超”、“上”与“外”等意义)。所谓“超文本”,是一种以先进之电子技术所支撑的活跃、灵便、虚拟的传播的数据库。按《牛津英语词典》的说法,它是“一种并不形成单一系列、可按不同顺序来阅读的文本”。

黄鸣奋在《超文本诗学》一书中指出,对“超文本”的研究,可以有多种取向。

(1) 作为历史的“超文本”。在历史上,“超文本”代表了人类应用信息科技媒体的最新努力与最高传播水平;

(2) 作为理念的“超文本”。它代表了人类观察、分析与处理问题的新理念,是崭新历史文化之水平、理念水准的崭新体现;

(3) 作为范畴的“超文本”。它是一种特殊而极具魅力的文化学新范畴,与此相应的是“超写作”、“超阅读”、“超隐喻”、“超传播”;

(4) 作为未来文化的“超文本”。现阶段的“超文本”,较多地运用文艺、教育等领域与问题,它的拓展与教育、文艺本身的建构、集成与远程化相关,但是“超文本”这种文化传播方式之未来发展前景是无可限量的。^①

总之,作为一种新的传播方式,网络传播的特点是:

(1) 广泛,迅速,信息量巨大;

(2) 虚拟而不实在;

(3) 与纸质传播共存,它突破了纸质文本传播的局限,却落入了“技术”、“虚拟”的局限,当然,这两种局限处于不同的历史、技术与人文

^① 黄鸣奋:《超文本诗学》,14~15页,厦门,厦门大学出版社,2001。

水平上,不可同日可语;

(4) 传授主体可以隐匿、摆脱传播者社会身份的限制,这种传播的自由使传授的信息良莠不齐;

(5) 传播的交互性,摆脱横亘在传播者与接受者之间在意识形态意义上的评价与调控的限制。

第三节 传播媒介的意识形态特性

传播媒介是否具有意识形态的特征?这似乎又是一个不言而喻的问题。传播,尤其是借助于媒介的传播,通过信息的传递而参与了大众文化的构成。大众传播媒介具有的政治影响力,垄断、控制和操纵功能,“议程设置”作用等等方面,都与之有关。

关于“意识形态”,往往具有几种含义,在起源上,“意识形态”这个词“通常被追溯到德斯蒂·德·特拉塞,人们认为,德·特拉塞是第一个在出版物上使用‘意识形态’概念的人。当然,这一概念还有其更早的形式,例如,培根的‘偶像’概念(意为‘知识的障碍’)。”^①就一般层面而言,“意识形态”指的是一个特定的观念和规范的体系,用来指导政治行为和社会行为,在最终意义上,又受制于社会物质经济水平的发展。早在19世纪40年代创立历史唯物主义的时候,马克思就明确指出,社会是一个有机的整体,具有在一定生产方式的基础上历史地形成的多样性。经济、政治和精神等是这一整体的基本类型,它们彼此之间相互关联。其中,经济关系是整个社会的基础,是历史变迁的终极原因。而立于其上的政治、法律、宗教、道德等意识形态构成整个的上层建筑,后者是一个相对独立的体系,对经济产生反作用,其中,政治思想和法律思想在各种意识形式的交互中占据主导位置。

在写于1845--1846年,首次发表于1932年的《德意志意识形态》中,马克思和恩格斯论述了意识形态的虚幻性、曲解性和欺骗性,从而把理论问题和政治统治问题纳入到同一个框架之中,并且通过这样的方式,使各种政治思想体系的内容和作用能够得到批判性的考察。这也为一大批后来的思想家开启了方向。在他们那里,上述几方面的含义都相继得到了详尽的论述。“人们似乎以类似的方式来使用一大批术语:‘世界观’、‘集体表象’,有时甚至还有‘文化’,所有这些术语都表

① 亚当·库珀等:《社会科学百科全书》,315页,上海,上海译文出版社,1989。

达同一个概念,即社会的全部精神生活。”^①从西方马克思主义的先驱卢卡奇开始,“物化”概念被作为资本主义社会中最重要、最基本的现象而提出,因此开辟了一条关于传播的社会学、人文科学的研究传统,这个传统中包括从霍克海默到哈贝马斯的法兰克福学派、结构主义者阿尔都塞、英国伯明翰文化研究中心的霍尔等。

在传播学史上,最早与经验主义的主流学派发生尖锐冲突的是法兰克福学派。20世纪30年代,这个学派的成员陆续流亡美国,并自40年代开始将美国大众文化作为自己的主要研究对象,从而和传播学,尤其是大众传播学产生了直接的关联。这个学派的特点之一是将政治实践归结为文化批判,将革命斗争归结为意识形态。“在他们看来,马克思所预言的发达资本主义国家的无产阶级革命之所以没有发生,原因就在于资产阶级的意识形态占据优势,并时时吞噬着人们的心灵,使他们不自觉地把资本主义制度当成永恒不变的人类秩序。”^②因此,同样是权威主义,它在美国的出现就具有与欧洲非常不同的形式,不是通过恐怖和高压统治,而是以一种更加缓和的方式来达到强求一致,这里的“缓和”便是求助于以大众传媒为途径的大众文化。随着美国地位的上升,此类形式终于成为发达资本主义社会的典型特征,诚如马尔库塞在其以“发达工业社会意识形态研究”为副标题的《单向度的人》中所说,发达工业社会的新奇之处是,“通过消除高级文化中敌对的、异己的和越轨的因素(高级文化借此构成现实的另一向度),来克服文化同社会现实之间的对抗。这种对双向文化的清洗,不是通过对‘文化价值’的否定和拒绝来进行的,而是通过把它们全盘并入既定秩序,在大众规模上再生和展现它们。”^③

英国伯明翰文化研究中心的霍尔从受众角度、从符号的编码与译码的分析出发,来解读传播的意识形态特性。相对于大众传播的体制方面,他把更多的注意力给予了媒介传播的信息和符号功能。在他那里,大众传播媒介形成了当代资本主义主要意识形态的体制,因为传播体系造就了主要的象征性王国,并通过这一王国产生了占有主导地位的一致性。“视觉符号的内涵层面,其上下文参照及其在不同意义和联想的话语领域中的定位层面,是一个关键。在这里,代码化了的符号和

① 亚当·库珀等:《社会科学百科全书》,315页,上海,上海译文出版社,1989。

② 李彬:《传播学引论》,319页,北京,新华出版社,2003。

③ 马尔库塞:《单向度的人》,419页,重庆,重庆出版社,1988。

某种文化中的深层语义代码相交,而呈现出附加的、更为活跃的意识形态特征。”^①大众传播媒介与当代资本主义的意识形态体制发生了更加直接的关系,而这样的作用又是凭借凝聚社会的霸权代码所发挥出来的。

当代传播学批判学派的代表人 A. 马特拉追溯了传播的意识形态概念在西方的发展过程,认为其历史根源是从哥伦布发现新大陆开始的,而其最新近的成熟状态便是今天的全球化。“西方把传播作为一种意识形态概念提出来,具有世界整合的意思。于是人们便认为这种整合代表的是全球利益,而事实上它只代表西方利益。”^②他本人从 20 世纪 70 年代以来就致力于传播的国际化 and 全球化的研究,重点在于揭露西方的一些普遍化概念的意识形态的本质涵义。

在网络传播出现以前,西方传播学中已经有了关于“意识形态消亡论”的争议。在总的方面,“经验学派基于维护现存秩序的潜在动机,总认为晚期资本主义不同于早期资本主义。他们依据所谓‘所有权分散论’和‘管理革命论’,在否认媒介所有者对传播活动施加控制的同时,认为媒介的活动在其内部受制于市场竞争的法则,其间不存在什么垄断与控制的问题”,^③因此,意识形态也已成为“一个古典的问题而不复存在”。对此,批判学派的回答是:“霸权和意识形态的诸概念对信息时代的理解依然至关重要”,因为它已改变了形式,以更加“柔性”的方式深深地渗入到社会大众的思想和无意识之中。^④

当然,由于信息时代和网络时代的到来,也是因为受经验主义学派对于变化的认识的启发,有关意识形态的讨论已经不能再满足于以往的框架了。无论是在上层建筑的诸因素之间,还是意识形态与社会其他领域的相互作用方面,都发生了太多的变化,也引入了太多的新颖之处。特别是以因特网为代表的新媒介的大家族中,出现了数据网络、数据收集活动和新型的电子监测等,促使原有的意识形态之争更加具有了新的内涵。

① 张国良主编:《20 世纪传播学经典文本》,430 页。

② A. 马特拉:《世界传播与文化霸权》,代译序,北京,中央编译出版社,2001。

③ 李彬:《传播学引论》,323 页,北京,新华出版社,2003。

④ 尼克·史蒂文森:《认识媒介文化》,77 页,北京,商务印书馆,2001。